numéro 96 # janvier 2013

VDL MAGAZINE

LE MAGAZINE DES ENTREPRISES DU VÉHICULE DE LOISIRS (UNI VDL)

Loisirs de plein air, c'est la tendance



ÉDITORIAL

Un marché dans le vent !

Dans une époque troublée par le scepticisme sur l'avenir économique, le choix de son mode de vacances est désormais primordial. Les *aficionados* des loisirs de plein air ont bien compris la nécessité d'adapter la gestion de leur temps libre à des moyens plus contraints, en conciliant l'aspect financier et le plaisir.
Selon l'Insee, la France reste la première destination mondiale avec une fréquentation touristique de plus de 81 millions de touristes étrangers sur son territoire en 2011. Le secteur des véhicules de loisirs suit parfaitement l'évolution des profils des vacanciers. Camping-cars, caravanes et mobil-homes, répondent à une demande précise en termes de raccourcissement des séjours, de morcellement des congés, de multiplicité des destinations, voire d'intérêt culturel, pour la plus grande satisfaction des familles et des responsables de l'économie locale. L'offre est variée, économiquement attractive et facilite l'accès aux vacances pour tous, choisies et non subies. À l'écoute du marché, les fabricants innovent sans cesse pour créer des produits « dans le vent » qui apportent confort, sécurité et s'inscrivent dans une tendance durable de consommation.

Bonne année 2013.

Le Comité de rédaction



VDL MAGAZINE

Magazine des entreprises du véhicule de loisirs (UNI VDL)
3-5, rue des Cordelières – 75013 Paris.
Tél. : **01 43 37 86 61** – Fax : 01 45 35 07 39
Directeur de la publication : François Feuillet
Comité de rédaction : François Feuillet, Philippe Padiou, Caroline Nagiel, Patrick Mahé. **Crédits photos :** droits réservés.
N° ISSN : 1164-9062
Réalisation : agence paradigme – Tél. 01 56 80 25 25 – Fax. 01 56 80 25 26

SOMMAIRE













LOISIRS DE PLEIN AIR, c'est la tendance

Sur fond de crise et de mutation sociologique, la « consommation » des loisirs évolue. Comment le tourisme s'est-il modifié en France et quelles sont les pratiques actuelles ?

Le père voulait camper dans une yourte, la mère préférait un circuit à vélo le long de la Loire alors que les enfants craquaient pour une cabane dans les arbres. Finalement, la famille "Plein air" est tombée d'accord pour une semaine en mobil-home. L'hôtellerie de plein air, tout le monde adore dans la fratrie : monsieur et madame, les cinq enfants (dont trois issus de précédents mariages), les deux copains et la copine qui partent cette année avec eux, ainsi que la grand-mère. Monsieur "Plein air" a navigué sur internet pour trouver le bon endroit, au meilleur coût, s'informer grâce aux sites spécialisés, pour finalement arrêter son choix à la dernière minute. Tant pis pour les autres projets : la famille "Plein air" pourra très bien partir trois jours pour vivre dans les arbres ou sous une yourte lors d'un week-end prolongé. L'important, c'est de partir plusieurs fois dans l'année. Les utilisateurs de véhicules de loisirs le savent bien : avoir une caravane ou un camping-car permet de multiplier les week-ends, de partir sur un coup de tête et ce à des tarifs très compétitifs.

LES VACANCES "C'EST SACRÉ"

La famille "Plein air" illustre les nouvelles pratiques des Français en vacances. Cependant, certaines caractéristiques demeurent. « *Partir en vacances est une sorte d'obligation sociale, une injonction familiale : "les vacances c'est sacré",* explique Saskia Cousin, anthropologue et maître de conférence à l'université François Rabelais de Tours. *Ainsi, depuis le début des années 90, le taux de départ en vacances n'a quasiment pas bougé. Il y a toujours environ 40 % des Français qui ne partent pas. Pour ceux qui partent, c'est à 80 % en France, et en majorité à la mer (55 %). Il faut aussi rappeler que seulement un Français sur dix fait du tourisme ou des circuits, les neufs restants préférant les séjours.* » De plus, les attentes des estivants restent les mêmes : les vacances servent à passer du temps entre soi, en famille, entre amis. « *On trouve toujours la recherche du vide (le désert, la campagne isolée), celle du plein (la ville, Ibiza, la fête), le désir de rien (farniente) et celui de trop (alpinisme, activisme), la quête de l'autre (tourisme solidaire et équitable), et la quête*

.../...

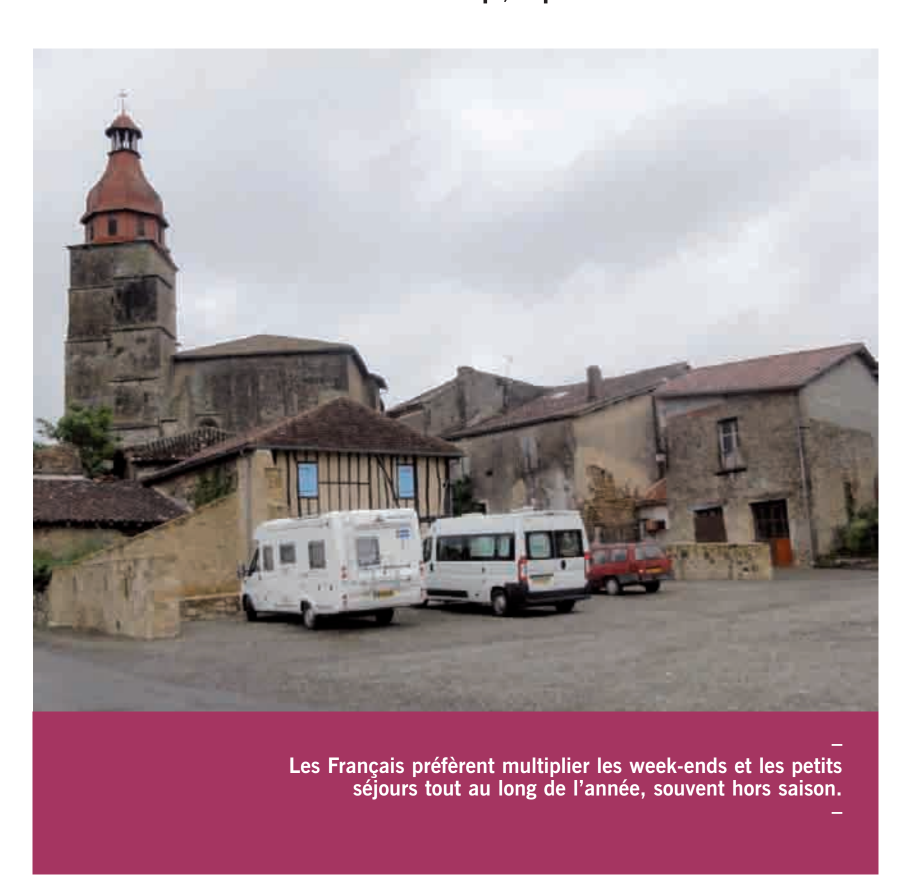
.../... *de soi (famille, tourisme des racines, tourisme mystique, stage de développement personnel)* », ajoute Saskia Cousin.

MULTIPLIER LES SORTIES

Plusieurs éléments ont modifié le comportement des Français en vacances. C'est, d'abord, la crise économique. Elle n'empêche pas les gens de partir, mais ils le font moins longtemps, moins loin et moins cher. On préfère un séjour en France à un trek au Népal, une semaine de tourisme plutôt qu'un mois, etc.

À l'image de la famille "Plein air", les vacanciers partent aussi de plus en plus en tribu. On emmène les amis, les grands-parents, les cousins… Ce phénomène s'ajoute à une tendance de fond, celle des familles recomposées. Quand un parent divorcé part seul avec son ou ses enfants, il limite les dépenses parce que sa situation financière est souvent délicate. En revanche, lorsqu'elle est recomposée, une famille peut se déplacer en grand nombre. L'offre pour les groupes, jusqu'alors réservée aux professionnels, s'étend d'ailleurs aux particuliers,

> **“Il y a un fort attachement au camping et aux VDL.”**
> **Olivier Dussopt, député d'Ardèche.**



Les Français préfèrent multiplier les week-ends et les petits séjours tout au long de l'année, souvent hors saison.

LES AIDES AU DÉPART EN VACANCES

Transport, hébergement, loisirs... Les vacances sont synonymes de dépenses. Différentes aides ont été mises en place pour aider les familles les plus modestes à partir.

Caisse d'allocations familiales (CAF)

Pour ceux qui perçoivent des prestations familiales de la CAF pour enfant à charge, il existe l'aide au temps libre (ATL). Plus connue sous le nom de « bons CAF », son montant dépend des revenus du foyer (quotient familial), du nombre d'enfants à charge et du type de séjour choisi. Elle peut être utilisée en France pour des locations, des campings, des centres familiaux de vacances agréés par les ministères compétents, ainsi qu'en collectivité (colonies, camps...).

Chèques-vacances

Plus de sept millions de Français bénéficient des chèques-vacances délivrés par leur comité d'entreprise. Leur principe est simple et concerne toutes les entreprises, quelle que soit leur taille, si elles ont signé une convention avec l'Agence nationale des chèques-vacances (ANCV). Même les salariés de PME peuvent en bénéficier. Le salarié achète un chèque-vacances d'une valeur de x euros en ne versant qu'une partie de la somme, la différence étant payée par l'entreprise par le bais d'une contribution spécifique. Ce chèque lui permet d'acheter des prestations chez les 170 000 professionnels du tourisme, du voyage et des loisirs ayant signé la convention de l'ANCV. Aujourd'hui, l'Agence nationale des chèques-vacances poursuit sa modernisation en dématérialisant les chèques-vacances.

Caisses de retraite

Certaines caisses de retraite proposent des aides financières ou des places dans des centres de vacances. Par exemple, le régime des cadres de l'Agirc (Association générale des institutions de retraites des cadres) donne accès à des séjours à des prix intéressants dans des résidences de vacances, hôtels ou locations.

et les résidences et clubs de vacances proposent des prestations adaptées à chaque tranche d'âge et à chaque situation.
Par ailleurs, la durée des séjours tend à raccourcir. Autrefois, les vacances occupaient une bonne partie de l'été ; partir, c'était partir longtemps. Désormais, aidés par le phénomène des RTT, les Français préfèrent multiplier les gros week-ends et les séjours d'une semaine au cours de l'année, le plus souvent possible hors saison. Cette tendance, appelée « citybreaks », concerne, pour l'essentiel les classes moyennes, ainsi que les plus aisés.
La popularisation d'internet a aussi modifié l'approche des vacances. Souris en main, le futur touriste construit son séjour sur mesure – mêlant séjour en mobil-home assorti d'un circuit découverte dans la ville, de vacances sportives et/ou au calme – et compare pour trouver le meilleur prix. Il décortique aussi les atouts de tel ou tel camping, en s'adressant à d'anciens clients qui laissent leur avis sur des sites de comparaison, tel Tripadvisor, dont le nombre et l'influence ne cessent de grandir. Le touriste 2.0 est plus informé, donc plus exigeant ! Pour les voyageurs en VDL, les clubs d'utilisateurs, les forums et les organismes tels que France Passion, permettent d'organiser son voyage. Et les départs en groupe ne sont pas rares. Pour ceux qui le souhaitent, il est possible de louer son camping-car à des tarifs compétitifs ; comme sur le site www.jelouemoncamping-car.com.





Les campings ont consacré, en 2011, 450 millions d'euros à l'amélioration de leurs équipements.

L'ENVIE DE SÉJOURS DIFFÉRENTS EN PLEIN DÉVELOPPEMENT

Autre évolution du marché touristique en France : l'envie de séjourner différemment. Soucieux de l'environnement, plus attentifs aux autres, les touristes privilégient les formules en accord avec la nature. Les parcours en raquettes, les séjours à vélo, les hébergements originaux (yourte, lodge, tente de « luxe », cabane dans

•••/...

INTERVIEW
OLIVIER DUSSOPT, DÉPUTÉ DE L'ARDÈCHE

Quelles sont les grandes tendances que vous observez dans votre région en matière de tourisme ?
Dans notre région, le tourisme est essentiellement de randonnée, sportif, cyclo et gastronomique. La tendance a donc toujours été à des séjours relativement courts. On note depuis quatre à cinq ans un accroissement de la demande de séjours marqués par la qualité des produits locaux, le caractère bio de ceux-ci, et en « package », des activités sportives. Cela se traduit par une augmentation forte du nombre de gîtes et de chambres d'hôtes. Avec un net avantage pour ceux qui sont confortables et très bien équipés !

Quelles sont les réponses apportées ?
De plus en plus souvent, les hébergeurs ne se contentent plus d'accueillir. Ils préparent les séjours et mettent les clients en lien avec les prestataires : beaucoup de cyclotourisme, d'activités de randonnées, à pied, mais aussi de plus en plus souvent en VTT ou à cheval. De nombreuses chambres d'hôtes et hôtels s'équipent en vélos. Nouvelle tendance également : des projets d'habitations légères qui ne sont plus des bungalows traditionnels. Aujourd'hui, on construit des lodges HQE, des cabanes en pleine végétation avec un confort proche du service hôtelier pour répondre à une demande de plein air, mais confortable !

Le tourisme de plein air (camping, mobil-home, caravane et camping-car) est-il adapté à cette nouvelle donne ?
Le Nord Ardèche accueille le principal site de production de Trigano, il y a donc un fort attachement au camping et aux véhicules de loisirs ! Cependant, les formes traditionnelles font moins recette s'il n'y a pas des spas, des piscines, des activités et des animations. Il y a une recherche de plein air, de nature, d'authenticité, sans les contraintes traditionnelles du camping.



SAISON ESTIVALE 2012 : LA CLIENTÈLE ÉTRANGÈRE EN HAUSSE

Selon les premiers résultats des enquêtes, la saison estivale 2012 aura pâti, comme l'an passé, d'une météo maussade en juillet. La fréquentation des clientèles internationales enregistre une hausse de 2,2 % des nuitées par rapport à 2011. À l'inverse, la clientèle française a raccourci son séjour et donc les nuitées (- 2,8 %) par rapport à la saison 2011. La conjoncture, toujours incertaine, aura aussi pesé sur la saison 2012, avec le ralentissement économique qui affecte plusieurs partenaires de l'Union européenne. Les touristes se sont adaptés au contexte morose, en utilisant les différents leviers leur permettant d'ajuster leurs dépenses : forfaits achetés à la dernière minute, raccourcissement des séjours, sélection d'hébergements les plus compétitifs, séjour chez la famille, les amis et des sorties à moindre coût...

Source : DGCIS (Direction générale de la compétitivité de l'industrie et des services).

•••/...

les arbres...) ont de plus en plus leur faveur. Le mot d'ordre, c'est l'authenticité. Ainsi, un autre tourisme éco-responsable émerge. C'est le cas par exemple de l'œnotourisme, qui propose des découvertes à partir du terroir, de la gastronomie et des vins. Par ailleurs, de nouveaux concepts comme le *woofing* (on offre ses services en échange d'un toit dans une ferme, par exemple) ou encore le *couchsurfing* (l'hébergement gratuit chez un particulier) ont depuis quelques années le vent en poupe. « *Toute cette organisation existe depuis longtemps,* note Saskia Cousin, *mais elle a totalement changé de dimension avec l'apparition de sites qui permettent la mutualisation, la mise en relation d'offres et de demandes. Question transport, la création de véloroutes comme* La Loire à vélo *rencontre un fort succès. Pour l'offre culturelle, enfin, on voit se développer et se structurer une offre plus centrée sur le patrimoine immatériel, vivant : du séjour solidaire dans un village andin à la découverte de la banlieue rouge en passant par les favelas de Rio, les touristes d'aujourd'hui cherchent à découvrir d'autres manières de vivre, alors que leurs prédécesseurs étaient centrés sur le patrimoine bâti. Comme si, dans le cœur des touristes, la culture populaire prenait le pas sur la culture des beaux-arts.* »

L'envie de séjourner différemment est une évolution majeure du marché touristique.



UNE OFFRE DE PRODUITS COMPÉTITIFS

L'hôtellerie de plein air profite de cette tendance conjoncturelle. Les Français sont de plus en plus nombreux à pratiquer le camping : un Français sur trois déclare y avoir séjourné au cours des cinq dernières années (enquête réalisée pour le compte de la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air). Si la mer reste privilégiée, un Français sur trois préfère aujourd'hui la montagne ou la campagne, notamment les familles avec enfants. Tous les adeptes reconnaissent la convivialité, la proximité avec la nature, le caractère familial et désormais le confort comme les principaux atouts du camping. Son caractère économique, s'il demeure important, n'est désormais plus considéré comme le seul avantage. Chaque année, ce sont six millions de Français et deux millions de touristes étrangers qui fréquentent les quelques 9 000 campings de France. Alors que leur nombre total est stable, leur chiffre d'affaires a presque doublé pendant la dernière décennie, atteignant deux milliards d'euros en 2011. Une hausse qui résulte à la fois de l'augmentation du nombre et de la durée des séjours. Le succès du camping ne fait plus de doute. « *Beaucoup de familles ne peuvent plus se payer du locatif,* observe Thierry Laurent, directeur du groupe Semis qui gère l'ensemble des activités et loisirs touristiques des Saintes-Maries-de-la-Mer. *Les touristes veulent continuer à partir en vacances, mais avec un mode d'hébergement différent. Nous avons donc une nouvelle clientèle qui auparavant séjournait en village vacances ou en hôtellerie, qui se tourne désormais vers nous car nos produits sont meilleur marché. Les mobil-homes, notamment, sont bien adaptés car cette formule donne une grande indépendance.* » Les camping-cars offrent également cette indépendance : partir où on veut, quand on veut, c'est tout de suite plus facile lorsque l'on voyage avec tout le confort et les équipements modernes. Pas besoin de réserver une chambre ou un mobil-home, il est possible de dormir sur place. Les économies ainsi réalisées profitent largement au commerce local : les utilisateurs sont friands de restaurants, de produits du terroir et de découvertes. D'autant qu'ils ont un pouvoir d'achat conséquent.



–
Attirer les touristes implique d'innover et d'investir chaque année.
–

TOURISME MONDIAL : LA FRANCE PREMIÈRE DESTINATION

La France reste la première destination mondiale en terme de fréquentation touristique, avec 81,4 millions d'arrivées de touristes internationaux en 2011. Elle devance trois pays qui concentrent chacun plus de 50 millions d'arrivées de touristes internationaux : les États-Unis, la Chine et l'Espagne. Les recettes du tourisme mondial sont estimées à 918,1 milliards de dollars par l'organisation mondiale du tourisme (OMT). Avec 54,5 milliards de dollars en 2011, la France est troisième, après les États-Unis et l'Espagne. Depuis 1990, les recettes mondiales du tourisme ont augmenté en moyenne de 6,7 % par an.

Source : Insee.

TENDANCE « HAUT DE GAMME »

Le camping a connu une importante évolution depuis une vingtaine d'années. Il s'est en particulier adapté à la demande de vacanciers toujours plus exigeants. Les campings multiplient les services : épicerie, parc aquatique, terrains de sport, animations. « *Nous devons offrir des prestations hôtelières (nettoyage, contrat d'annulation...) et nous adapter à ce que les clients peuvent trouver dans des villages vacances ou des résidences hôtelières* », précise Thierry Laurent. Du côté des équipements, la tendance est également au confort, avec une demande de mobil-homes plus spacieux. Les constructeurs s'adaptent aussi : « *Nous avons développé la gamme trois chambres et nous proposons désormais un mobil-home troisième génération. Sa particularité : des lignes modernes et un solarium, ce qui est unique sur le marché,* explique Marc Fauchreau, responsable marketing chez IRM. *Sans oublier l'intégration paysagère avec le Mobilodge, un mobil-home à l'aspect lodge (recouvert de toile). C'est une innovation 2013.* » Les utilisateurs de VDL sont également des clients exigeants que les constructeurs soignent : confort comme à la maison, comme pour la literie, cuisine de qualité, optimisation de l'espace, confort des sièges, aides pour se garer ou même circuler… Les constructeurs de VDL proposent des produits de qualité, robustes, qui répondent à toutes les envies.

INVESTIR ET INNOVER : DEUX CLÉS DU SUCCÈS

Si l'hôtellerie de plein air attire désormais tous types de clientèle, c'est au prix d'investissements importants. Ainsi, l'an dernier, les campings ont consacré 450 millions d'euros à l'amélioration de leurs équipements. « *Pour répondre aux nouvelles demandes, il faut faire de la nouveauté chaque année,* explique Thierry Laurent. *Aux Saintes-Maries, nous nous engageons à avoir un plan de financement important. Ainsi, en 2013, nous allons investir 500 000 euros pour les équipements de notre camping* Le Clos *: le terrain multisports (volley, basket, buts brésiliens...), un spa, des appareils de musculation pour le fitness en plein air, un tapis hydromassant, des espaces de jeux d'eau… Nous avons même un projet de microcrèche. Sans oublier le renouvellement du parc de mobil-homes pour lequel le budget s'élève à 200 000 euros.* » Ces nouveaux équipements entraînent une montée en gamme : le nombre de 3 et 4 étoiles augmente et une catégorie 5 étoiles a été créée en 2010. Mais attention, « *il faut rester humble,* explique Thierry Laurent. *Il vaut mieux un bon 4 étoiles qu'un mauvais 5 étoiles. Si c'est trop cher par rapport aux prestations proposées, le client ira ailleurs !* » Les caravanes et les camping-cars ont également bénéficié des innovations : lit central, isolation, coin cuisine tout équipé, douche et cabinet de toilette pour un plus grand confort. De quoi partir en vacances comme on le souhaite ! •



–
Avoir un camping-car ou une caravane permet de multiplier les sorties et de partir où on veut et quand on veut.
–

“Les véhicules de loisirs offrent des solutions flexibles et économiques”



Plus de temps libre, plus de séjours courts et tout au long de l’année, des vacances en famille, en famille recomposée, avec les amis...
La consommation des loisirs a évolué et a permis le développement des véhicules de loisirs. Économiques, ils permettent de répondre à toutes les envies et les besoins. Interview de François Feuillet, président d’UNI VDL.

Selon vous, quelles sont les principales évolutions en matière d’utilisation des temps libres ?
De nos jours, en France, les temps libres ont considérablement augmenté. Première conséquence : les gens les fractionnent de plus en plus et partent pour de petites périodes et plus souvent. Autre constat, autrefois, le temps libre était lié au repos. Aujourd’hui, la pénibilité du travail étant moindre, les Français utilisent ces moments pour leur enrichissement personnel, pour leur plaisir.

Les loisirs de plein air sont-il un effet de mode passager ou s’inscrivent-t-ils dans une tendance plus profonde d’une nouvelle forme de consommation des temps libres ?
Avec ce temps libéré, les Français ont besoin de partir plus souvent. Ils veulent sortir de chez eux. Les loisirs de plein air sont un moyen de s’évader, à proximité de leur domicile et à faible coût. Dans cet esprit, les véhicules de loisirs offrent des solutions flexibles et économiques. Ils permettent de partir plus souvent et sur des périodes courtes. D’ailleurs, ils ont beaucoup de succès dans les régions où les gens ont la possibilité de prendre leur temps libre à côté de chez eux comme dans l’Ouest de la France, où l’on trouve plus de lieux propices aux loisirs ou à la pratique d’un sport.

Peut-on parler d’une modification profonde et à long terme des comportements ?
Oui, aujourd’hui, on ne planifie plus à long terme. On recherche la flexibilité dans l’organisation des vacances : pas d’obligation de réserver, pas de carcan horaire... Voilà pourquoi le camping-car rencontre autant de succès. Toutes les autres formes d’hébergement sont plus contraignantes.

Comment expliquez-vous que cette évolution soit persistante en période de difficulté économique ?
Les loisirs de plein air sont une offre abordable en période de crise. Ils sont aussi polyvalents et présentent plusieurs avantages. On peut les utiliser à de nombreuses occasions : partir dans sa famille, aller à la découverte de la nature, faire un circuit culturel... Ils n’obligent pas à consommer plus : on peut aller dans les mêmes supermarchés, regarder les mêmes émissions de télévision. Ils sont également adaptés à toutes sortes de familles : couples avec ou sans enfants, jeunes, retraités... C’est un hébergement adaptable : on en fait ce qu’on veut, quand on veut !

Parleriez-vous d’une mutation en la matière ?
Oui. Avant, on avait presque honte de partir en camping-car ou en mobil-home. Aujourd’hui, on démontre une capacité à s’adapter, à passer par des moyens malins et moins coûteux. Les véhicules de loisirs proposent une solution moins imposée et moins normée.

> **“Les utilisateurs de véhicules de loisirs sont indépendants et recherchent avant tout la liberté.”**

D’un point de vue sociologique, quel profil d’utilisateurs se dessine derrière ces mutations ?
Les utilisateurs sont des minorités auxquelles l’offre majoritaire ne convient pas vraiment. Ils sont indépendants et recherchent avant tout la liberté. Ils veulent avoir la possibilité d’établir des contacts et de partir ensuite ailleurs quand ils l’ont décidé. Finalement, ils se créent eux-mêmes un espace de liberté en dessinant un territoire adapté à leurs désirs, leur permettant de vivre différemment. Ainsi, de plus en plus de retraités choisissent les véhicules de loisirs. Ils veulent utiliser leur nouveau temps libre pour réaliser ce qu’ils n’ont pas pu faire au cours de leur vie professionnelle. Après une vie utile sur le plan économique et familial, ils se recentrent sur leur couple et choisissent des loisirs orientés vers le plaisir. •



L'innovation comme moteur de croissance

Pour défier la morosité économique, les constructeurs de véhicules de loisirs ont redoublé d'efforts pour promouvoir leur savoir-faire à travers des gammes de produits toujours plus aboutis. La collection 2013, qui a été présentée au grand public à l'occasion du dernier Salon du Bourget, est à ce titre l'une des plus riches en nouveautés de ces dernières années.

Quelques centimètres de moins : cela n'a l'air de rien mais c'est une petite révolution… De nombreuses nouveautés 2013 se placent d'emblée sous le signe de la compacité. À côté des camping-cars de grande taille, toujours très prisés, nombre de constructeurs font entrer dans leur catalogue des modèles de dimensions plus modestes afin de répondre à la demande d'une clientèle recherchant le compromis idéal entre confort et fonctionnalité, d'une part, et facilité de circulation, de manœuvres et de stationnement, d'autre part. Plusieurs constructeurs, comme Bürstner ou Hymer, ont ainsi innové avec d'astucieux profilés de moins de six mètres, avec des tarifs attractifs pour séduire le maximum d'adeptes. Plus généralement, les nouveautés 2013 concentrent une multitude de propositions de longueur juste en deçà des sept mètres. Profilés et intégraux y partagent l'innovation d'une palette d'agencements qui parviennent désormais à concilier, dans un espace plus compté, confort et fonctionnalité sans nuire à l'habitabilité. Preuve en est avec, par exemple, la multiplication des espaces douche indépendants des cabinets de toilette, même sur les modèles les plus courts. Plus

98 958 visiteurs

ont fréquenté l'édition 2012 du Salon des VDL et du mobil-home. La prochaine édition se tiendra du 28 septembre au 6 octobre 2013 au Bourget.

DES ÉQUIPEMENTS À LA POINTE

Sur le plan des équipements et des accessoires aussi, la collection 2013 se révèle riche en nouveautés. Si les stores, auvents et autres porte-vélos gagnent en fonctionnalité et en légèreté, la généralisation du high-tech reste la tendance lourde avec une impressionnante multiplication des solutions TV/video multimédia. Très prisés cette année, les équipements qui permettent d'accroître l'autonomie du camping-car sans émissions polluantes ont particulièrement le vent en poupe. De plus en plus performants, les panneaux solaires détiennent toujours le *leadership* en la matière. Parmi les solutions astucieuses, les éoliennes commencent à se multiplier dans les catalogues des grands équipementiers du secteur. C'est aussi un grand nom de l'équipement, Truma, qui a lancé cette année sa pile à combustible qui développe une puissance jusqu'ici inégalée pour une consommation particulièrement minime.

•••/…

maniables sur route et plus faciles à stationner, ces camping-cars de dimension plus réduite conservent un niveau d'équipement et de confort très convaincant. Leurs cuisines peuvent ainsi embarquer des réfrigérateurs grande capacité : 160 voire 190 litres.

DE NOUVEAUX VANS EN CONSTANTE PROGRESSION

C'est aussi dans cette logique de gabarit maîtrisé que se confirme, cette année plus que jamais, le regain d'intérêt pour les vans aménagés. Certains, parmi les aménageurs spécialisés les plus renommés comme Font-Vendôme ou Campérêve, voient leurs ventes progresser de façon très significative. Ce succès se manifeste aussi chez les constructeurs généralistes qui les incorporent à leur gamme traditionnelle. Amorcée par certains depuis longtemps, cette démarche leur permet d'élargir leur offre auprès d'une nouvelle clientèle qui privilégie compacité et discrétion, mais aussi tarif attractif. Dans la foulée de 2012, les propositions autour des 6,36 mètres se multiplient en 2013. La maniabilité et la discrétion sont conservées, le gain d'espace à bord est substantiel : plus de confort bien sûr, mais aussi plus de fonctionnalité en toilette et en cuisine ou l'équipement peut être adapté en conséquence. Une majorité des modèles recourt toujours au lit transversal sur soute (souvent modulable par relevage d'une partie du sommier pour permettre le transport d'un deux-roues). La collection 2013 compte aussi quelques alternatives intéressantes avec des lits en long (à la française) avec cabinet de toilette attenant ou avec lits jumeaux.

DES NOUVEAUX INTÉGRAUX PLUS ABORDABLES

La saison 2012-2013 voit également proliférer une importante collection de nouveaux intégraux qui ont en commun un tarif très attractif. L'image haut de gamme de cette catégorie de camping-cars n'a pas empêché les constructeurs de développer des produits d'appel qui séduisent d'abord par leur prix. On compte déjà une cinquantaine de modèles sous la barre symbolique des 60 000 euros. Malgré leur vocation économique, ces nouveaux intégraux ne sont pas conçus au rabais. Tous partagent en effet la même conception sur châssis spécial Fiat et bénéficient de série du moteur 2,3l/130 ch. Différence notable avec les modèles de niveau supérieur, aucun ne dispose de vrai double-plancher. L'innovation étant remplacée par des principes de fabrication simples et des solutions techniques qui ont largement fait leur preuve. De fait, dans une tranche tarifaire de 51 à 60 000 euros, la différence de prestation d'une marque à l'autre dépend essentiellement des équipements, la dotation pouvant se révéler différente d'une marque à l'autre, selon les priorités du constructeur. Si le frigo grande capacité est quasiment acquis à l'ensemble de la catégorie, la climatisation cabine de série n'est pas forcément systématique. Certaines marques privilégient le régulateur de vitesse ou le radar de recul. À noter que, malgré leur vocation économique, ces nouveaux intégraux à moins de 60 000 euros présentent un traitement décoratif qui ne trahit pas leur vocation. Bien au contraire !

TOUJOURS PLUS DE CAMPING-CARS PREMIUM

Le haut de gamme motive toujours autant les constructeurs de camping-cars. Prouvant que l'innovation reste une valeur sûre, certains constructeurs, parmi les plus audacieux, n'hésitent pas à franchir un pas supplémentaire dans le haut de gamme en créant quelques inédits qui allient originalité et exception. À l'instar de la nouvelle gamme Grand Panorama de chez Bürstner dont la vocation premium se reflète à travers l'immense pare-brise panoramique type bus : du jamais vu dans le secteur ! Encore plus imposant, Notin, le plus ancien constructeur français, dévoile cette année le premier Liner français. Capable de transporter une voiture, son tarif dépasse les 200 000 euros. Dans des sphères tarifaires plus « abordables », les créations ne manquent pas. Esthétique, style, décoration, design sont au cœur des préoccupations. La qualité des finitions et de la sellerie a également été largement revue à la hausse comme en témoigne, par exemple, la nouvelle gamme Nordic Édition que la marque Bavaria dédie cette année aux intégraux premium poids lourd. De son côté, Hymer a profité du Salon du Bourget pour lever le voile sur sa nouvelle et prestigieuse gamme B-SL qui se pose comme l'un des nouveaux standards en matière de gamme supérieure autour de 110 000 euros.

RENCONTRE AVEC LES ÉLUS ET DÉCIDEURS LOCAUX

Le Comité de liaison du camping-car (CLC) et UNI VDL ont organisé une rencontre le 3 octobre 2012 avec les élus et décideurs locaux à l'occasion du Salon des VDL et du mobil-home. Ce dialogue, initié en 2011, vise à informer les participants sur la législation (stationnement, circulation...) ; à répondre aux attentes des élus ; à favoriser les échanges entre les communes sur la problématique de l'accueil des camping-cars et notamment pour la mise en place d'aires d'accueil (comment faire ? À quel coût ?...). Cette visite a permis de démontrer la richesse de l'offre et de sensibiliser les élus et responsables touristiques de l'importance de l'industrie du camping-car.

QUAND LA CARAVANE INNOVE

Si le camping-car attire la majorité des visiteurs, le hall caravane n'a pas fait pâle figure, loin s'en faut. Attirés par des tarifs toujours aussi compétitifs et par un produit que l'on sait robuste et de plus en plus confortable, les caravaniers auront apprécié cette année de belles innovations dépassant largement les effets de style ou la couleur des coussins. Ainsi, chez Caravelair et Sterckeman, les modèles proposant des plans à la façon d'un studio ont fait sensation. Chez ces mêmes constructeurs, l'offre d'un réfrigérateur tiroir fonctionnant sur le principe de la compression (comme à la maison) a également été très remarquée. Les efforts pour rendre la caravane plus accueillante que jamais se sont vérifiés sur de nombreux stands avec de nouveaux schémas d'implantation et des meubles de cuisine qui peuvent rivaliser avec les plus belles offres ménagères. Enfin, pour ceux qui privilégient la mobilité, plusieurs modèles légers et faciles à tracter proposent des innovations intéressantes comme ce toit relevable électrique, chez La Mancelle et Silver.



Camping-car/caravane
C'est idéal pour les voyages !

Pour découvrir la France, l'Europe et d'autres destinations plus lointaines, le camping-car et la caravane cumulent les avantages. Enquête sur un mode de tourisme convivial et sans contrainte qui s'adapte à toutes les envies.

De l'aventure, le confort en plus. Telle est la motivation des camping-caristes et des caravaniers adeptes de voyages. Ce tourisme nomade où l'on prend le temps de découvrir un pays, une culture ne cesse de faire des émules, même en temps de crise. « *L'essor de la caravane puis du camping-car auprès de la génération du* baby-boom *aujourd'hui en retraite lui a permis de concrétiser des envies d'évasion sans contrainte et en toute sécurité. Cela constitue pour elle un moyen idéal de voyager de façon à la fois autonome et conviviale, sans peser sur son budget* », confirme Christian Pelletier, secrétaire général adjoint de la Fédération Française des associations et clubs de camping-cars (FFACCC). Micheline Rambaud, présidente de l'auto-caravaning club de France (ACCCF), partage ce constat. En 2012, 639 adhérents ont participé à des voyages de plus de 12 nuitées, dont 10 % de caravaniers. « *Ce qui motive l'organisation d'un voyage, c'est l'envie de prendre des vacances avec nos amis adhérents dans un cadre de vie différent du nôtre. Nous nous déplaçons en équipage de camping-cars auxquels se joignent toujours des caravanes. Pour des raisons de sécurité et de confort, nous stationnons toujours à l'étranger dans des campings ou sur des aires dédiées. Cela nous permet également de vidanger de façon respectueuse pour l'environnement. Il y a beaucoup d'entraide entre nous car nous cultivons un esprit "club".* » La présidente, trente-neuf ans de pratique du camping-car à son actif, associe systématiquement une destination à un thème pour « *varier les sorties et donc les envies* ».

ITINÉRAIRE, ÉTAPES, MÉTÉO : LA VRAIE AUTONOMIE

Autre atout du camping-car et de la caravane pour ces voyages-découvertes : les utilisateurs ne sont pas soumis aux contraintes de la météorologie ou des réservations. « *Dès que le temps se gâte ou qu'un lieu nous déplaît, nous plions bagage. En quelques heures, sans avoir besoin de réserver ou de décommander une chambre, nous nous installons ailleurs* », explique un adhérent de l'ACCCF. Les utilisateurs plébiscitent également ce mode de transport parce qu'il donne la possibilité de s'émanciper des circuits touristiques classiques. « *On prend le temps de découvrir des coutumes et des sites remarquables qui parfois ne sont pas ou peu évoqués dans les guides ou par les agences. D'autant que les camping-caristes n'empruntent jamais la même route à l'aller et au retour de leur périple afin de profiter de ce temps de transit pour continuer à voir du pays* », souligne Christian Pelletier. Bon nombre d'utilisateurs de VDL embarquent en soute ou à l'arrière de leur véhicule des vélos ou un scooter. Ce rythme multimodal apporte une dimension toute à fait particulière à ces voyages.

Les destinations les plus « courues » ? L'Europe, avec une prédilection pour les pays nordiques, symboles d'un retour à la nature et de liberté. L'Italie, le Portugal, les Pays-Bas, l'Allemagne, la Grèce et les pays de l'Est sont également appréciés. Beaucoup de camping-caristes se rendent également l'hiver en Tunisie ou au Maroc où ils apprécient l'hospitalité et l'ensoleillement.

PRIORITÉS AUX SÉJOURS PLUS COURTS ET À THÈME

Si les destinations longues distances requièrent plusieurs semaines de disponibilité, les camping-caristes et caravaniers profitent toute l'année de leur véhicule et ils évitent souvent le littoral en haute saison. « *Nous organisons des week-ends en région avec le samedi une visite d'une ville et le dimanche une randonnée. Nous*

•••/...

…/… *proposons également des séjours thématiques comme la découverte des églises en Champagne, le Gers curieux et gourmand…* », souligne Micheline Rambaud. Les camping-caristes profitent des vacances scolaires, des ponts pour emmener leurs petits-enfants avec eux. Parmi les lieux favoris : les parcs d'attractions comme le Parc Astérix, le Futuroscope, Disneyland Paris, Vulcania… qui réservent un accueil personnalisé aux VDL. À 800 mètres de l'entrée principale du Puy-du-Fou, une aire de stationnement de 900 emplacements est ouverte toute l'année. « *D'avril à septembre, des services spécifiques sont proposés comme des navettes gratuites pour accéder au parc, un kiosque à pain qui devrait s'étoffer en 2013 d'une épicerie de dépannage. Le parking, entièrement arboré en 2011, dispose d'une borne de service gratuite pour vidanger les eaux usées, de bornes électriques de 32 prises (12 heures de charge pour 2 €), d'un bloc toilette gratuit et de bornes à jeton de 2 € les 100 litres pour faire le plein en eau potable* », précise Guillaume Blanchard, le responsable de l'accueil du Puy-du-Fou. De 1 heure à 7 heures du matin, le stationnement est payant (5 €). Ce dispositif a contribué à une augmentation de la fréquentation : + 1 500 véhicules entre 2011 et 2012, soit 20 000 équipages entre avril et septembre de cette année (dont 13 500 nuitées). Ces touristes « *qui ont le temps* », consomment sur place et aux alentours. « *J'ai le sentiment que les camping-caristes sélectionnent de plus en plus leurs loisirs touristiques. Leurs déplacements s'intègrent à des périples cohérents en termes de déplacements géographiques et de thématiques. Nous nous situons par exemple sur une grande ligne qui s'étend sur toute la façade Ouest de la France, entre le Mont-Saint-Michel et les Pyrénées. Quand ils font étape au Puy-du-Fou, ils cumulent régulièrement avec d'autres visites.* »



Même en temps de crise, le tourisme nomade séduit de nombreux utilisateurs (ici au Pérou).

ORGANISATION : RIEN N'EST LAISSÉ AU HASARD

Un voyage réussi dépend de la qualité de son organisation en amont. Surtout pour les périples de plusieurs semaines à l'étranger. Ici encore, l'esprit convivial et d'entraide joue à plein. « *Pour certaines destinations, nous profitons des contacts et de l'expérience d'adhérents ayant vécu sur place. Ils nous mettent également en contact avec des autochtones qui constituent des relais très utiles pour nos équipages* », souligne Micheline Rambaud.

TROIS QUESTIONS À JACQUES VINSON, CAMPING-CARISTE DEPUIS 1960, MEMBRE DE LA FFACCC



Avez-vous beaucoup voyagé avec votre camping-car ?
Nos premiers périples ont été organisés en France car nous travaillions encore et il faut du temps libre pour aller à l'étranger. Pendant les vacances, nous avons visité le Portugal, la Grèce. Puis, à l'approche de la retraite, nous avons sillonné l'Italie, la Hollande, l'Espagne, le Maroc. Avec un club italien, nous avons également passé un mois en Russie. Un voyage merveilleux, de Moscou à Saint-Pétersbourg, en passant par la Lettonie. Aujourd'hui, ma femme et moi voyageons quatre à cinq mois par an.

Quels sont vos conseils ?
Lors du choix de son véhicule, faire attention au porteur. Et se renseigner pour savoir si dans les pays que vous allez visiter, il y a la possibilité de trouver des garages pour réparer les pannes. Avec des enfants, une capucine est ce qu'il y a de mieux. Lors des étapes, je recommande d'aller saluer les autres camping-caristes non seulement par convivialité, mais aussi pour prendre des conseils en matière d'itinéraires, de visites, de démarches administratives… Il faut aussi savoir se montrer discret quand on s'installe sur un parking ou sur une aire et être respectueux de l'environnement.

Comment circulez-vous lors des étapes ?
Je transporte une petite moto en soute. C'est formidable pour circuler dans les villes. Quand je passe trois mois au Maroc, je roule entre 600 et 700 kilomètres avec !

TOUR DU MONDE EN CAMPING-CAR : ILS L'ONT FAIT !

Tout quitter pour découvrir les cinq continents. Un rêve que certains concrétisent comme Stéphane Marais, son épouse et leurs trois enfants (2 à 7 ans à l'époque) qui ont traversé 80 pays en quatre ans (1999-2002). « *Avant cette aventure, nous avons voyagé en camping-car afin d'en maîtriser tous les aspects* », explique Stéphane Marais. Puis, le couple a vendu sa maison en Charente-Maritime et une grande partie de ses biens pour financer cette expédition. « *Nous avions 40 ans et le désir de changer de vie. La moitié du voyage a été payée par un bimestriel de huit pages,* Périple Vert*, que nous avons créé et qui a été diffusé par abonnement auprès d'adeptes du camping-car. Nous y relations notre expérience et partagions nos conseils pratiques.* » Pourquoi le choix du camping-car ? « *C'était une évidence pour nous car les enfants pouvaient y conserver leurs repères. Pour nous, ce choix nous permettait de voyager à notre rythme, en mangeant et dormant dans un lieu sécurisant. Pour traverser les océans, nous réservions des places sur un cargo.* » Le véhicule acheté a été « *le moins cher du marché car on savait que nous allions rouler sur de la piste* ». En l'espèce, un Auto-roller 2, de 5,99 mètres de long, doté d'un moteur Fiat de 2,5 litres. « *Nous avons transformé un placard en un lit rabattable et réservé un emplacement dédié aux enfants au fond du véhicule* ». Affichant aujourd'hui plus de 300 000 km au compteur, le camping-car roule toujours. « *L'intérieur a très bien tenu et nous n'avons pas eu d'ennuis mécaniques majeurs.* » Leurs meilleurs souvenirs ? « *L'accueil en Iran, les paysages de l'Ouest des États-Unis, les fêtes au Mexique et les animaux sauvages en Afrique.* » Leur prochaine destination, désormais seulement en couple : quelques mois en Amérique du Sud.

Plus d'informations sur www.periple.org

Certains camping-caristes font appel à des agences spécialisées comme Thellier Voyages. Depuis vingt ans, ce voyagiste propose des circuits dans toute l'Europe ; des voyages long-courriers en Afrique Australe, en Afrique du Sud, en Australie, au Canada, aux États-Unis et en Nouvelle-Zélande… Et, nouveau en 2012, un circuit « grande aventure » en Amérique du Sud de 22 000 kilomètres (118 nuitées) à travers les Andes. Les accompagnateurs affichent la carte routière avec l'itinéraire tracé au surligneur suivant un code couleur précis que chaque équipage reproduit à l'identique sur sa carte personnelle. Puis ils distribuent la « fiche parcours » et la documentation appropriée. « *Cette fiche a été rédigée lors du voyage de reconnaissance et elle est affinée à chaque circuit. Elle est une aide indispensable au bon déroulement de l'étape. Elle est tellement précise, qu'elle rend inutile l'utilisation du GPS* », explique Patrick Thellier, le fondateur de l'agence. Les points d'étape sont détaillés (points d'intérêt, particularités à visiter, les aires de services…). Le circuit Grand Tour Nordique met l'accent sur les superbes paysages de Scandinavie ; le circuit Italie privilégie les visites culturelles. Dans les grandes villes, un autocar privé et un guide francophone local sont mis à la disposition des participants. « *Nous avons une certaine idée du voyage et de la pratique du camping-car. Pour adopter un comportement citoyen et respectueux d'autrui, nous ne roulons pas en convoi ! Avec tous les éléments fournis, les camping-caristes restent libres d'organiser leur journée comme ils l'entendent, de rouler seuls ou avec les personnes de leur choix et de visiter ce qui les intéresse le plus. Un seul impératif, être au bivouac pour le rendez-vous du soir* », précise encore Patrick Thellier.

TOUJOURS LIBRES, MAIS JAMAIS SEULS

À la FFACCC, dont les structures affiliées disposent d'une immatriculation tourisme (donc des assurances *ad hoc*), les voyages sont organisés par les clubs. « *Des trames sont proposées afin de faciliter leur préparation. Nous conseillons d'anticiper les séjours à l'étranger, notamment pour les formalités administratives ou les réservations. Cela permet d'obtenir des tarifs attractifs. Notre site dispose également d'un forum privé d'échange d'expérience. Et nous organisons des réunions thématiques au sein des clubs afin de passer en revue tous les aspects pratiques d'un voyages et partager les trucs et astuces* », indique Christian Pelletier.

Si les voyages en camping-car et en caravanes connaissent un succès croissant, c'est sans doute parce qu'ils cultivent un parti pris qui fait sens dans la société d'aujourd'hui : « *Toujours libres, mais jamais seuls* ».



Voyager en VDL permet de s'émanciper des circuits touristiques classiques.

Un site internet dédié aux consommateurs pour le mobil-home



Le lancement d'un site internet dédié au mobil-home témoigne de la volonté des fabricants de sensibiliser le grand public aux résidences mobiles de loisirs. Une démarche qui permet de mieux accompagner ce secteur.

À l'occasion du dernier Salon des véhicules de loisirs et du mobil-home, UNI VDL mettait en ligne un site internet entièrement dédié aux mobil-homes : www.jacheteunmobilhome.com. « *L'objectif de ce site est très clair,* explique François Feuillet, président d'UNI VDL. *Il s'agit de populariser l'usage du mobil-home, des structures qui représentent une offre extrêmement intéressante sur le plan économique comme sur la manière de vivre ses loisirs. Ces dernières années, en effet, le marché de la résidence mobile de loisirs a connu une croissance positive.* »

MIEUX CONNAÎTRE LA RÉGLEMENTATION

Règles à respecter, mode d'emploi, environnement, coulisses ou fiches produits, le site est riche d'informations pour le futur acheteur ou l'élu soucieux de connaître les règles liées à l'installation d'un mobil-home. En effet, plusieurs points de réglementation régissent ce type de résidence. Légalement, les résidences mobiles de loisirs sont des « *véhicules terrestres habitables qui sont destinés à une occupation temporaire ou saisonnière à usage de loisirs, qui conservent des moyens de mobilité leur permettant d'être déplacés par traction, mais que le Code de la route interdit de faire circuler* ». Une de leurs caractéristiques essentielles, même si leur transport doit obligatoirement s'effectuer par convoi exceptionnel, est de devoir conserver leurs moyens de mobilité.
Seconde obligation, les mobil-homes ne peuvent être installés que dans les parcs résidentiels de loisirs (PRL), les terrains de camping et les villages de vacances classés selon le sens du Code du tourisme. Si l'acheteur de mobil-home est propriétaire de sa résidence, il ne l'est pas de l'emplacement où elle est mise en place.
Enfin, dernière contrainte : sa taille. Un mobil-home ne peut occuper plus de 30 % de la parcelle sur laquelle il se trouve. De plus, la surface maximale du mobil-home ne peut excéder 40 m². Au-delà, il est considéré comme une construction. En moyenne, la taille des résidences mobiles de loisirs varie de 25 à 40 m².

UN MARCHÉ EN PLEINE EXPANSION

Des règles qui n'ont pas empêché le marché du mobil-home de connaître une croissance importante ces dernières années, permettant aux acteurs de l'hôtellerie de plein air et des parcs résidentiels de loisirs de diversifier leur offre, mais aussi aux communes d'accueillir une clientèle plus nombreuse. « *L'arrivée du mobil-home a comblé le déclin progressif du camping traditionnel, en recul de 1 à 2 % par an depuis 20 ans,* explique Guylhem Féraud, président de la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air (FNHPA). *Comme le mobil-home génère davantage de chiffre d'affaires et d'emplois que les emplacements nus, en vingt ans, l'hôtellerie de plein air a plus que triplé son chiffre d'affaires, sa contribution aux différents impôts et ses emplois.* »
Une progression qui s'explique également par différents phénomènes. Confortables, bien isolés, chauffés, les mobil-homes peuvent être utilisés toute l'année, ce qui a permis d'augmenter le nombre de nuitées commercialisées. « *Par ailleurs, dans un camping, on emploie une personne pour une centaine d'emplacements nus, mais une dizaine pour cent mobil-homes car il faut les installer, les nettoyer, les réparer et les retirer*

Dans un camping, on emploie une personne pour une centaine d'emplacements nus, mais une dizaine pour cent mobil-homes.



–
Aujourd'hui, 25 % des emplacements de camping sont occupés par des résidences mobiles de loisirs.
–

lorsqu'ils parviennent en fin de vie », poursuit Guylhem Féraud. Sans oublier qu'avec la crise, toute une partie de la clientèle qui partait auparavant à l'étranger, a décidé de rester en France. Elle n'a pas hésité à louer des mobil-homes, voyant là un bon moyen de partir en vacances à moindre coût, tout en bénéficiant des activités proposées. Enfin, le mobil-home permet de générer un chiffre d'affaires important. Ainsi, un emplacement nu se loue environ 150 euros par semaine tandis qu'un mobil-home génère en moyenne 500 euros par semaine. « *Le développement du parc locatif, au travers de l'installation de mobil-homes, permet de sécuriser le chiffre d'affaires des campings,* ajoute Paul Combes, directeur tourisme chez Flower Camping, un réseau regroupant 106 terrains de camping représentant 13 711 emplacements dont 27 % sont occupés par des hébergements locatifs. *Les saisons se sont allongées et nous attirons une nouvelle clientèle, ce qui induit des recettes pour l'économie locale.* »

LE RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT, UNE PRIORITÉ DES FABRICANTS

Les mobil-homes offrent la possibilité de vivre près de la nature, en bénéficiant du confort. Il était donc naturel que les acteurs du secteur soient particulièrement sensibles à la préservation de l'environnement. Depuis 2006 les fabricants de mobil-homes se sont engagés dans une démarche de développement durable. Conception, matériaux utilisés, aménagements intérieurs, intégration paysagère ou déconstruction des résidences vétustes, ils agissent à tous les niveaux pour faire du mobil-home un produit respectueux de l'environnement. La profession s'est d'ailleurs engagée dans une démarche active pour recycler les mobil-homes en fin de vie. Créé en février 2011, à l'initiative des constructeurs adhérents d'UNI VDL, l'éco-organisme Éco Mobil-Home organise la déconstruction des mobil-homes en fin de vie. « *L'arrivée en fin de vie des premiers mobil-homes, notamment des modèles anglais à toit plat, commercialisés il y a une trentaine d'années, nécessitait la mise en place d'une solution pour éviter que ces mobil-homes ne viennent impacter l'environnement,* souligne Patrick Mahé, président de la section mobil-home au sein d'UNI VDL. *Pour la profession, il s'agit d'une opération volontaire. La mise en place de cette filière est au bénéfice exclusif de l'environnement, sans aucun objectif de rentabilité.* »

DES RETOMBÉES POSITIVES POUR L'ÉCONOMIE LOCALE

Au sein des 200 PRL répartis sur tout le territoire, les mobil-homes se sont également taillés une place de choix. « *Aujourd'hui, plus de 60 % des emplacements sont occupés par des résidences mobiles de loisirs,* souligne Sylvie Henry, présidente de l'Union nationales des parcs résidentiels de loisirs (Unaparel). *Il y a quelques années, il n'y en avait pratiquement pas car leur esthétique ne correspondait pas à l'esprit des PRL. Avec les nouveaux modèles, qui s'intègrent bien dans le paysage et qui sont d'un excellent confort, ils ont leur place.* » Là aussi, la création d'emplois locaux est au rendez-vous. « *Il s'agit souvent d'emplois indirects car les PRL ne proposent que rarement des superettes ou de la restauration,* poursuit Sylvie Henry. *De ce fait, les gens vont faire leurs courses ou se restaurer à l'extérieur ce qui est source de dynamisme pour le commerce local.* »
Terrains de camping ou PRL, la présence de mobil-homes est incontestablement un plus pour l'économie locale. À Langrune-sur-Mer, dans le Calvados, un camping 5 étoiles « Mer & Vacances » s'est implanté il y a une dizaine d'années et propose 160 mobil-homes. « *Cela a créé une certaine animation sur la commune,* explique Jean-Luc Guingouain, maire de Langrune-sur-Mer. *Pour nous c'est extrêmement positif car, l'été, les résidents participent à la vie communale, adhèrent aux associations et se renseignent à l'office du tourisme. Nous avons d'ailleurs renforcé les commerces de proximité. Dès l'arrivée de mon équipe à la mairie, en 2008, nous avons travaillé sur la réouverture d'une épicerie fermée depuis plusieurs années. De même, un fleuriste, un salon d'esthétique et un pôle médical ont complété l'offre de la commune. Enfin, Langrune-sur-Mer bénéficie des retombées de la communication que Mer & Vacances met en œuvre sur internet.* » Dernier bonus, cet établissement collecte le plus de taxe de séjour à la commune : environ 75 % du montant annuel. Des retombées bénéfiques donc, clairement liées à l'émergence des mobil-homes au sein de cette station balnéaire de la Côte de Nacre. •

2013 S'ANNONCE ENCOURAGEANTE POUR L'INDUSTRIE DES VDL

Dans un climat tendu où l'industrie automobile est particulièrement touchée, le secteur des VDL a plutôt bien résisté en 2012. Et la saison qui a démarré s'annonce encourageante.

CAMPING-CARS NEUFS : une baisse contenue



Observée durant les douze derniers mois de l'année, la courbe des immatriculations montre un début de saison 2011/2012 prometteur, puis soudainement, à l'approche du printemps 2012, un ralentissement de l'activité. Durant les 12 derniers mois, 17 974 immatriculations ont été enregistrées, soit une baisse de 6,4 % par rapport à 2011. Grâce à des gammes très séduisantes, les constructeurs ont su néanmoins susciter à nouveau l'intérêt des utilisateurs et le début de la saison laisse entrevoir une année 2013 qui pourrait s'avérer meilleure que prévue. En effet, sur les deux premiers mois de la saison, le marché du camping-car neuf reprend 5,8 %, avec plus de 2 500 véhicules immatriculés en deux mois. Les commandes enregistrées au dernier Salon du Bourget comme à l'occasion de certaines foires régionales et le bon niveau de fréquentation de nombre de points de vente laissent augurer une baisse contenue pour 2013.

CAMPING-CARS D'OCCASION : près de 50 000 transactions



Avec un nombre record de transactions opérées ces douze derniers mois – 48 894 camping-cars ont changé de propriétaire – le marché du camping-car d'occasion continue de progresser. Ce marché reste majoritairement dominé par les ventes entre particuliers, mais les distributeurs proposent également une offre compétitive de véhicules d'occasion, notamment pour les modèles récents et les poids lourds.

CARAVANES : un marché tendu



En dépit de quelques mois marqués par la hausse des ventes, le bilan des immatriculations de caravanes reste tendu (-10,9 % sur les onze premiers mois de 2012) et le marché est repassé sous le seuil des 10 000 immatriculations. Les innovations que les constructeurs ne manqueront pas de proposer devraient relancer le marché.

L'ALLEMAGNE ET LA FRANCE EN TÊTE





Alors que l'industrie automobile est fortement impactée par la crise et cherche des solutions pour faire face à la concurrence internationale, le secteur du véhicules de loisirs se maintient à de bons niveaux. L'Allemagne est en tête de l'Europe pour les immatriculations des caravanes (17 585 immatriculations) et des camping-cars (un peu plus de 24 000 immatriculations) en 2012. La reprise économique, les bonnes perspectives d'avenir et les produits innovants, ont réussi à convaincre les acheteurs. La France est également bonne élève puisqu'elle arrive en seconde position des immatriculations européennes en 2012. Cette bonne santé s'explique par l'offre de produits compétitifs, de bonne qualité et par l'attrait, toujours important, des Français pour les véhicules de loisirs.

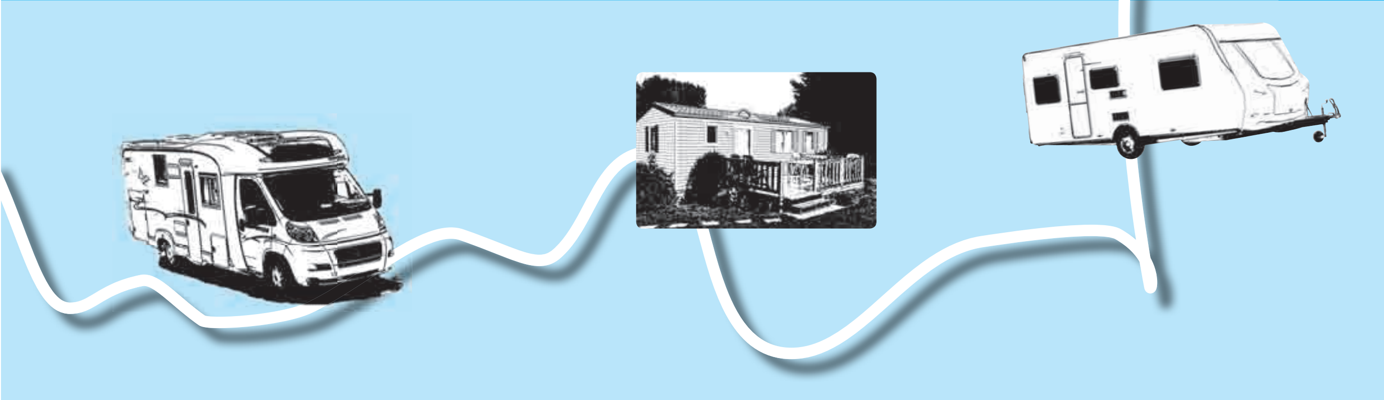
Retrouvez toute l'information d'**UNI VDL**
sur **www.univdl.org**













Lancement d'un site grand public dédié à **l'achat d'un mobil-home**
www.jacheteunmobilhome.com



ÉVÈNEMENT

Départ à la retraite



Professionnalisme, proximité et convivialité, c'est l'image que laissera René Schwaller en quittant la société Bürstner après trente-cinq ans passés au service de cette marque qu'il aura fait rayonner grâce à son engagement et son travail. Responsable transport à son arrivée dans la société en février 1975, il prend ensuite en charge le service après-vente puis l'administration des ventes. Il devient directeur commercial au début des années 90 puis rejoint une autre société… avant de revenir chez Bürstner en 1996 pour donner une nouvelle dynamique à la marque qui sera *leader* des immatriculations de camping-cars en France pendant six années consécutives (mars 2006 à juin 2012). Les membres du comité directeur d'UNI VDL saluent un de leurs pairs et lui souhaitent une heureuse nouvelle vie. •••

PERMIS C1

Effectif au 19 janvier 2013

Le Journal officiel de l'Union européenne a publié le 19 novembre dernier la directive qui précise les modalités du nouveau permis C1. Il s'agit d'une version « allégée » du permis poids lourd destinée aux conducteurs non professionnels du transport de marchandises, mais aussi aux camping-caristes dont le PTAC du véhicule se situe entre 3 500 et 7 500 kg. Le permis comprendra une épreuve de conduite sur plateau et en circulation et les candidats devront subir une visite médicale auprès d'un médecin agréé. La mesure dérogatoire valable pour tous les camping-caristes ayant obtenu leur permis avant le 20 janvier 1975 est maintenue, sans limite de tonnage, ni obligation de visite médicale. •••

STATIONNEMENT

Le CLC dresse un état des lieux

Le Comité de liaison du camping-car (CLC) s'est réuni fin novembre pour dresser un état des lieux du stationnement des camping-cars en France. Pour Jean-Hugues Curaudeau, missionné par UNI VDL pour sensibiliser les municipalités à l'accueil des VDL, mais aussi mettre en garde ces dernières contre les interdictions abusives, le bilan 2012, après 146 visites de communes, est encourageant. De nombreuses municipalités ont en effet spontanément revu leurs réglementations contraignantes concernant le stationnement des camping-cars, tandis que de nombreuses autres ont installé ou prévoient de mettre en place une aire de services. Les décideurs locaux sont sensibles à l'enjeu économique que représente cette clientèle itinérante qui fréquente en toutes saisons leurs communes. Le CLC a enfin rappelé qu'il continuerait, en 2013, à ester en justice contre tout arrêté illégal et a reconduit son budget pour ces recours. •••

NOUVEAUX PERMIS BE/CODE 96

Tracter sera plus facile

Du côté du permis EB, nécessaire pour tracter de grosses remorques, l'évolution de la réglementation est favorable aux usagers, notamment les caravaniers. Aujourd'hui, c'est la somme des PTAC de la tractrice et de la remorque qui permettra de définir si la possession d'un permis spécifique est nécessaire. Si cette somme reste sous le seuil des 3 500 kg, un simple permis B suffira. Si la somme des deux PTAC se situe entre 3 500 et 4 250 kg, un stage de formation (code B96) de sept heures suffira. Au-delà de 4 250 kg, la possession du permis BE sera exigée. Ce dernier nécessite le passage d'une épreuve théorique et d'une épreuve de conduite. Pour ceux qui possèdent déjà le permis E/B, l'équivalence avec le nouveau permis BE sera automatique. •••

ACQUISITIONS

Trigano reprend SEA

Opérateur italien de premier plan dans le secteur du VDL, le groupe SEA a été repris en totalité par Trigano. SEA emploie 365 personnes et a produit environ 3 200 camping-cars en 2012. Après l'acquisition de Notin et des fabricants de remorques Lider et Gaupen-Henger, Trigano poursuit sa politique de croissance externe. •••

TENDANCE

Le van en plein essor

La bonne santé du marché du van se confirme avec la multiplication d'opérations portes ouvertes et de mini-foires consacrées à cette famille de camping-cars. Preuve de cet engouement, Campérêve (groupe Rapido) compte désormais 23 points de vente, contre 15 seulement en début de saison. Quant à Font Vendôme (groupe Trigano), elle comptabilise déjà plus de 400 immatriculations sur les douze derniers mois, soit une hausse de 16 %. •••

ÉQUIPEMENTIERS

Primagaz récompensé au SETT

Primagaz vient de recevoir, le 21 novembre dernier, le Trophée Sett d'Or de l'innovation lors du Salon SETT de Montpellier, n°1 des salons pour les professionnels de l'hôtellerie de plein air. Ce prix récompense le générateur d'eau chaude instantanée Rinnai pour ses qualités innovantes et pour la réelle plus-value qu'il apporte au monde de l'hôtellerie de plein air. Le jury du Trophée, composé de professionnels, a salué les performances du système proposé par Primagaz, qui permet d'obtenir instantanément de l'eau à une température précise et constante, même en cas de très forts débits. De plus, par rapport à une chaudière traditionnelle, la technologie Rinnai permet de réaliser jusqu'à 40 % d'économies d'énergie. •••



_ Enjeux (décembre 2012 – janvier 2013)

RÉSIDENCES MOBILES ET AUTOCARAVANES : SÉCURITÉ TOUJOURS

Deux normes (...) viennent de paraître. La norme NF EN 1647 traite des résidences mobiles et spécifie les exigences destinées à assurer la sécurité et la santé des personnes qui les utilisent (...). Elle aborde la conception et la construction, l'aménagement intérieur, l'alimentation en eau potable et l'évacuation des eaux usées, le chauffage, la ventilation, les précautions contre le feu... (...). Les principales modifications techniques (...) concernent la protection générale antichute des couchettes, (...) l'eau potable et les systèmes d'évacuation, les exigences relatives (...) aux panneaux de secours (...). La norme NF EN 1646-1 traite, quant à elle, des autocaravanes (conception, aménagement intérieur, eau potable, eaux usées, ventilation...). (...) Les principaux changements techniques (...) sont l'ajout (...) des systèmes de verrouillage des portes extérieures, (...) le rail d'auvent, les matériaux en contact avec l'alimentation en eau potable et le gaz de pétrôle liquéfié.

_ News assurances pro, novembre 2012

QUE FAIRE POUR S'ASSURER EN CAMING-CAR ?

Les camping-cars ont de plus en plus le vent en poupe. Idéal pour les amoureux des vacances itinérantes, ils sont soumis aux mêmes règles que les véhicules légers en matière de circulation et d'assurance.

_ Le courrier de Mantes (novembre 2012)

CONDUIRE UNE REMORQUE

Pour rouler en toute sécurité avec une remorque, il est utile de prendre quelques précautions (...). En premier lieu, vérifier que la tête d'attache soit correctement verrouillée et que le branchement électrique assure un bon fonctionnement des feux. Contrôlez régulièrement la pression des pneus de la remorque. Lorsque vous procédez à un chargement, veillez à bien répartir le poids (...) que vous transportez afin de garantir une bonne tenue de route. L'ensemble (...) est plus difficile à manœuvrer ? Vous devez (...) adapter votre conduite. Vous ne pouvez pas accélérer autant que d'habitude et il vous faut deux fois plus de temps pour vous arrêter. (...) Adoptez un freinage plus souple et progressif. (...) En cas de contrôle routier, vous devez présenter le certificat d'immatriculation des deux véhicules. N'oubliez pas de poser sur la remorque une plaque (...) d'immatriculation (...) de la voiture qui la tracte. La carte verte d'assurance n'est obligatoire que pour les remorques dont le PTAC (...) est supérieur à 500 kilos. (...)

_ 19/20 (Édition régionale de Haute-Normandie, octobre 2012)

LE CAMPING-CAR NE CONNAÎT PAS LA CRISE

Reportage sur le camping-car qui ne connaît pas la crise, accompagné par des interviews d'utilisateurs qui expliquent ce qu'ils aiment dans ce véhicule.

_ Direct Matin (septembre 2012)

CAMPING-CAR FUTURISTE : RETOUR ÉCOLO VERS LE FUTUR

Imaginé par l'agence de design adNAU, le *concept car* Ecco frappe tout d'abord par son *look* tout droit sorti d'un film de science fiction. Compact et élégant, cet étrange véhicule qui ressemble à une énorme bulle d'acier est en fait un camping-car hybride marchant à la fois à l'énergie électrique et photovoltaïque. Grâce à des panneaux solaires installés sur le toit, l'Ecco capte les rayons du soleil pour les transformer en énergie. (...) Zéro émission de CO_2 (...) pour ce camping-car nouvelle génération (...). Pensé pour répondre à l'enjeu environnemental, ce mini-bus a (...) été conçu dans le but d'offrir un espace mobile de vie à ses occupants. C'est donc en mode camping qu'il prend toute sa valeur. Son toit (...) se déploie pour laisser apparaître une mezzanine et un espace habitable confortable pour quatre personnes (...).

_ Le Dauphiné Libéré (supplément de septembre 2012)

CAMPING-CAR, UN UNIVERS AVEC SES SPÉCIFICITÉS

(...) Un camping-car est (...) une autocaravane. (...) C'est à la base un véhicule utilitaire (voir industriel pour les plus de 3,5 t de PTAC) aménagé avec des éléments de confort permettant de vivre avec une autonomie (...). Les titulaires de permis de conduire obtenus avant le 20 janvier 1975 ne sont pas limités (...) à 3,5 t. (...) Même si le conducteur bénéficie du régime dérogatoire, en aucun cas on ne peut dépasser le PTAC maxi déclaré par le constructeur du véhicule. Pour tous les permis obtenus après cette date, c'est le régime général qui s'applique : permis B jusqu'à 3,5 t et permis C pour les plus de 3,5 t. (...) En ce qui concerne les péages, c'est l'encombrement en hauteur et le PTAC qui détermine la catégorie (...). La fédération UNI VDL rappelle également que leur régime de stationnement est celui des automobiles et que toute discrimination (...) doit être dûment motivée dans l'arrêté municipal (...) [:] une interdiction générale et absolue est illégale.

NOUVEAU FIAT DUCATO
AVEC BOÎTE DE VITESSES ROBOTISÉE "COMFORT-MATIC".

VRAIES VACANCES, ZERO SOUCI.

NÉ POUR DEVENIR VOTRE CAMPING-CAR.

Le nouveau Fiat Ducato a été conçu en collaboration avec les principaux producteurs européens de camping-cars afin d'offrir une parfaite adéquation entre le châssis, la cabine et la cellule.

- **4 nouvelles motorisations Euro 5, Diesel Multijet II, avec turbocompresseur à géométrie variable, selon la version : 115, 130, 150 Multijet et 180 Multijet Power, tous "BEST IN CLASS" de leur catégorie en matière de performance/consommation.**
- **Jusqu'à 15 % de moins en termes de consommation et d'émissions.**
- **Boîte de vitesses robotisée "COMFORT-MATIC", maintenant disponible sur les motorisations 130, 150 Multijet et 180 Multijet Power pour une conduite encore plus détendue et efficace.**



- **Réseau d'assistance :** plus de 6500 ateliers Fiat Ducato en Europe, dont plus de 1700 points FIAT CAMPER ASSISTANCE particulièrement adaptés pour accueillir votre camping-car.
- **Relation Clientèle :** dans plus de 13 langues et 44 pays.
- **Assistance routière :** 24/24 h, 7/7 j, partout en Europe.



Ou appeler le : **+39 0244412160****

Découvrez tout l'univers de Fiat Ducato et des services dédiés aux camping-cars sur **www.fiatcamper.com**



* Numéro Vert Universel : appel gratuit depuis un poste fixe. Depuis un téléphone mobile, les coûts varient en fonction des tarifs appliqués par votre opérateur téléphonique.
** Coût d'un appel international vers l'Italie.